



論文

汉语国际推广的“瓶颈”问题分析¹

蔡永强² · 李君红³

摘要

汉语国际推广顺应了国际社会对汉语的时代需求，体现了中国政治经济文化快速发展背景下的汉语言文化对世界各地语言文化的强大辐射力和影响力。孔子学院作为汉语国际推广的主体，已经成为中国文化软实力的代名词，在各方努力下正焕发出勃勃生机。本文在孔子学院发展现实背景的基础上，立足学界对汉语国际推广（包括孔子学院）的广泛研究，提炼出汉语国际推广在实施过程中面临的“三教”问题（教师问题、教材问题、教法问题）和体制问题（管理、投资、法律等）。孔子学院运营过程中的体制问题集中体现在经费、身份、协调、生源、布局和评估等六个方面；“三教”问题则集中体现在教材“瓶颈”（低水平重复且缺少精品、内容严重脱离现实生活实际、难度大、存在硬伤、出版行业浮躁、教学环境不适合、缺乏国别化教材）、师资“瓶颈”（数量不足、素质不高）和教学模式“瓶颈”（宜推广听说法、任务型教学法和网络多媒体教学）三个方面。虽然关键词“汉语热”时时见诸报端，但汉语距离真正的强势语言尚有很长的一段路要走；虽然孔子学院的发展如火如荼，但其中暴露出的问题亦不在少数。然而，文章对运营瓶颈和三教瓶颈的问题分析，或许可以为缩短汉语距离强势语言的距离、化解汉语国际推广过程中的诸多难题提供一份秘匙，因为找到了问题即找到了化解问题的思路。

关键词：汉语国际推广、孔子学院、汉语教学、瓶颈、“三教”

1. 引言

历史语言学的研究表明，在语言接触过程中政治和经济比较发达地区的语言对政治和经济相对落后地区的语言具有强大的辐射力和影响力。一种语言的国际地位直接反映了一个国家的“硬实力”，一种语言的兴盛与衰落直接反映了一个国家的兴盛与衰落，国家硬实力与“软实力”之间表现出一种辩证发展关系。世界上各个国家均不遗余力地推广自己的语言，语言的发展与传播已经成为国家软实力的重要表现形式，制定语言推广规划已经成为国家发展与国家安全的重要战略目标。

“汉语国际推广”是中国随着经济实力及

在国际社会中话语权的提升而采取的“加快汉语走向世界”、旨在迅速提升国家的软实力的一项具有战略意义的语言政策，这一政策的实施能够在极大程度上满足了国外汉语学习的巨大需求。“汉语国际推广”标志着传统对外汉语教学的六个重大转变，即发展战略从对外汉语教学向全方位的汉语国际推广转变，工作重心从将外国人“请进来”学汉语向汉语加快“走出去”转变，推广理念从专业汉语教学向大众化、普及型、应用型转变，推广机制从教育系统内推进向系统内外、政府民间、国内国外共同推进转变，推广模式从政府行政主导为主向政府推动的市场运作转变，教学方法从纸质教材面授为主向充分利用现代信息技术、多媒体网络教学为主转变。较之对外汉语教学，汉语国际

推广进一步凸显了“走出去”、“全方位”、“大众化”、“普及型”、“应用型”、“共同推进”等几个关键词。⁴因此,“汉语国际推广”的目标在于,顺应国际社会对汉语的强烈需求,通过普及性的“走出去”教学让越来越多的外国人接触汉语、学习汉语和使用汉语,从而最终达到推广中国文化的目的。

首届世界汉语大会在北京召开、中国国家领导人做出“汉语加快走向世界是件大好事”的重要批示、原中国国家汉办更名为国家汉语国际推广领导小组办公室、全球学习汉语的人数已飙升至 4000 万、目前中国国家汉办已与全球 110 多个国家合作建设了 400 所孔子学院(官方预计 2020 年将增至 500 所)和 535 所孔子课堂⁵……种种迹象表明,汉语国际推广方兴未艾,中国正面临前所未有的“汉语热”机遇。汉语国际推广顺应时势,紧抓机遇,不失时机地将汉语教学推向域外,是与时俱进的一项巨大举措。当前的海外孔子学院和孔子课堂已经成为汉语国际推广的主体,是汉语国际推广得以实施的最重要的手段和方式。

机遇向来与挑战并存。我们在面对汉语国际推广这一大好机遇的同时,必须保持清醒的头脑,迎接一切可能的新挑战,想方设法解决隐藏于机遇背后的一些理论与现实问题。新中国开展对外汉语教学 60 年来,已经形成了包括支撑理论(主要包括语言学、教育学、心理学)、基本理论(主要包括语言理论、语言学习理论、语言教学理论、跨文化交际理论)、应用理论(主要包括教材编写、总体设计、语言测试、课堂评估、教学方法与理念、教学管理、师资培养等)等在内的完整的学科体系,新时期汉语国际推广的实施正是建立在 60 年对外汉语教学之深深的积淀的基础上的,可以说没有对外汉语教学就没有汉语国际推广。然而就目前的形势来看,无论是国内的汉语作为第二语言教学还是国外的汉语作为外语教学(即汉语国际推广所指海外汉语教学),都不是十分完美的,都在不同程度上存在着问题。

美国《新闻周刊》2009 年 8 月 1 日关于“汉语误区”的文章一针见血地指出,“由于汉语教学教材过时,教学风格死板,中国的汉语教学水平普遍落后”、“课文在教学中也是必需的,但并不像中国的课本那样把重点放在单词表上,对于基本的语法模式却没有足够的重复。学生更愿意知道在真实的语言环境中如何应对,但很少有课本提供这样的机会”、“目前有一些迹象表明,中国的某些大学终于认识到了他们的问题,……但书中还是缺少一些工作环境下的语言内容”。这些问题可以说戳到了对外汉语教学的痛处,但在某种程度上也戳到了汉语国际推广之海外汉语教学的痛处。教材不合适、教学风格不合时宜、教法落后、缺少真实环境下的语言学习等问题都应该引起我们的足够重视。

汉语国际推广在汉语作为第二语言教学的基础上立足国外,倾力打造孔子学院,以汉语作为外语教学的形式推广汉语传播文化,因此会面临较国内对外汉语教学更多的一些现实理论与实践问题。简言之,汉语国际推广在实施过程中会面临两个层面的问题,一是技术操作层面的问题,即“三教”问题(教师问题、教材问题、教法问题),二是体制层面的问题,即管理、投资、法律等问题。

II. 相关研究

与传统对外汉语教学相比,汉语国际推广是一项复杂的系统工程,同时也是一个崭新的研究领域,对它的研究将涉及多个学科和理论,因此可资借鉴的研究成果相对较少。根据我们的调查统计,当前对汉语国际推广的研究主要集中在五个方面。

1. 汉语国际推广的理据性与必要性

汉语国际推广是国家硬实力和软实力辩证发展的产物,是基于国家综合实力和话语权的提升而采取的一项与时俱进的语言政策。主要研究成果如宁继鸣(2006)、许琳(2006, 2007)、

赵金铭(2006)、郭熙(2007)、段奕(2008)、陈永莉(2008)、杨慧林(2008)等⁶。学者的主要观点是,汉语国际推广是基于国家“硬实力”与文化“软实力”相互消长的历史经验:“中国对外文化传播的严重赤字和入超”侧面表明了汉语国际推广的重要性与迫切性;作为中国国际战略的一部分的汉语国际推广将为中国“和平崛起”创造有利的国际环境;六十年对外汉语教学已经为汉语国际推广奠定了比较坚实的基础等。

2. 汉语国际推广的内涵及文化定位

主要研究成果如许琳(2007)、元华(2007)、陈永莉(2008)、杨慧林(2008)、蔡永强(2009)等⁷。汉语国际推广必须实现基于对外汉语教学的六大转变,六大转变实际包含了三个层面:体制和机制,对象和教学类型,教材和教法。换言之,从过去的请进来、对有一定学历的成年人进行面对面教学,发展到走出去、对社会上各式各样的人进行多种方式的教学,需要全方位的改进和改革。汉语国际推广工作是传播中国语言、弘扬中华文化、推动中华文化走向世界、树立中国良好国际形象的基础工程,同时也是扩大中国对外开放、提高中国软实力和实现和平发展,维护世界文明多样性、构建和谐世界的战略举措。汉语国际推广虽然立足于语言教学,但最终目的是推广中华文化,实现人类文化多元化发展,建立一个“和而不同”的和谐世界。

3. 汉语国际推广的历时发展

主要研究成果如赵金铭(2006)、高增霞(2007, 2008)、徐丽华(2008)等⁸。“向世界推广汉语”的历史久远,这一进程随着近代中国国力的衰退而受到阻滞。周边的韩国、越南等传统的汉语文化圈国家纷纷走上了“去汉语化”的道路。自20世纪末以来,中国经济的崛起在不知不觉间产生了语言文化上的巨大推力,汉语不仅成了两岸三地沟通的共同语言,而且正大踏步地走出国门、走向世界。经过改革开放30年的发展,中国的综合国力与国际话

语权得到大幅提升,一个世界大国的迅速崛起已成不争的事实。于是世人怀着各种不同的目的渴望了解、学习、研究汉语这一文化载体。不可否认,虽然汉语传播历史久远,但有组织、有系统地向国外传播汉语则是在新中国成立之后。新中国成立后,中国的对外汉语教学从无到有,虽经历波折,但从总体上说仍取得长足发展,截至2012年底国内有600多所高校设有专门的对外汉语学院或教学机构,有6000多名专职对外汉语教师,来华留学生已经突破30万人。对外汉语教学被定位为中国“国家和民族的事业”。随着2005年首届“世界汉语大会”的召开,中国的对外汉语教学事业在继续做好国内留学生工作的同时目光投向汉语国际推广,截至2012年底国家汉办已建成935所孔子学院或孔子课堂。

4. 汉语国际推广面临的挑战及其对策

在所有研究中,关于问题与对策的研究最多,例如金立鑫(2006)、叶子(2006)、李凌艳(2006)、郑梦娟(2006, 2009)、崔希亮(2007)、贺阳(2008)、郑定欧(2008)、张西平(2008)、王建勤(2008)、赵金铭(2008)等⁹。主要观点有,汉语国际推广工作中国家的宣传策略宜低调,汉语教学中教学难点需要新的突破技术;和平崛起的大国形象与“文化入侵”、“特洛伊木马”(Trojan Horse)、“赤化”等中国威胁论负面言论的矛盾短时间内难以清除;推广速度与学习人数未成正比,投入产出比不高;缺乏合适的语言资源,全国正式出版了几百种教材,但模式单一、针对中小学校的不多;外派教师远远不能满足需求;与其他非英语的二语课程相比,学习汉语的学生数量不容乐观;传统教学模式、理念和方法急需更新,以适应国外汉语教学;等等,

5. 孔子学院专题研究

主要研究成果如陆平舟(2007)、刘立恒(2007)、徐丽华(2008)、张学增(2008)、吴瑛(2009)、钟英华(2009)、Gary Sigley & 李佳(2009)、郭宇路(2009)、宛新政(2009)

等¹⁰。这些研究者基本上都具有海外孔子学院的任教经历,分别从成功经验、存在问题及其解决建议对孔子学院进行了研究。

根据目前相关研究以及我们的调查统计,汉语国际推广在以下十个领域存在较为突出的问题:

(1) 从国家文化战略和软实力的角度来看,对汉语国际推广这一语言政策的研究还相当不够,有关部门应该尽快制定出进一步加强“汉语国际推广”之应用研究的工作菜单,组织一支专业化的研究队伍进行研究。

(2) 汉语国际推广的经费问题。首先是经费来源不稳定,其次是缺乏财务监管。

(3) 孔子学院的身份没有明确界定,这给孔子学院的未来发展带来很多不确定因素。

(4) 孔子学院与所在地固有汉语教学结构协调不够。

(5) 孔子学院的生源难以保障。

(6) 孔子学院的布局不是很合理,量的发展与质的提高不成正比。

(7) 对孔子学院缺乏一套有效的评估手段。

(8) 教材的短缺和不适用。

(9) 合格师资匮乏。

(10) 教学理念与教学方法落后,远远不能满足需要。

对上述问题的分析可以归纳为两个层面,一是理论层面上的体制问题(汉语国际推广这一语言政策的定位研究、汉语国际推广的经费来源及其分配、孔子学院的合法地位及其存在理据和生源、孔子学院的评估体系),二是实践层面上的“三荒”问题(师资缺乏、教材需要推陈出新、教学需要新的理念等)。本文的研究框架基本上分为两个部分:汉语国际推广的体制探索(包括汉语国际推广的内涵研究、汉语国际推广的推广模式研究、孔子学院的管理与创新研究)和孔子学院教学问题探析(即“三教”问题,主要着手分析教师荒、教材荒和教法荒的体现及其解决策略)。汉语国际推广的体

制探索主要包括汉语国际推广的内涵与文化定位、汉语国际推广的推广模式、孔子学院的管理与创新等三部分内容;孔子学院教学问题探析主要包括事关孔子学院教学全局的三个实践问题,即适合孔子学院本土的汉语教材编写、适合孔子学院本土的师资外派与培训、适合孔子学院本土的教学模式创新。

III. 孔子学院与汉语国际推广

1. 汉语国际推广的内涵与文化定位

中国有组织、有意识、成系统的推广自己的语言当始于1949年新中国成立之后,如果从1950年12月1日清华大学东欧交换生中国语文专修班算起,对外汉语教学仅有62年的时间(其中还包括1966-1972年中断接受外国留学生的六年时间),但对外汉语教学60年基本上都是立足于国内,虽然已经积累了比较丰富的理论和实践经验,但如何从文化战略和软实力提升这个角度来研究汉语国际推广的理论与实践,是一个崭新课题。从国家语言文化战略和软实力的角度审视汉语国际推广,遇到的首要问题是汉语国际推广的内涵与文化定位,即何为汉语国际推广?推广什么?

正确理解并阐释汉语国际推广的内涵与文化定位,需要我们深入理解“六个转变”的基本内涵,科学厘定“汉语国际推广”的内涵、外延与目标。中国国务院办公厅《关于加强汉语国际推广工作的若干意见》(下称“《意见》”)提出汉语国际推广必须转变观念和工作重点,实施六大转变:一是发展战略从对外汉语教学向全方位的汉语国际推广转变;二是工作重心从将外国“请进来”学汉语向汉语加快“走出去”转变;三是推广理念从专业汉语教学向大众化、普及型、应用型转变;四是推广机制从教育系统内推进向系统内外、政府民间、国内外共同推进转变;五是推广模式从政府行政主导为主向政府推动的市场运作转变;六是教学方法从制教材面授为主向充分利用现代信息

技术多媒体网络教学为主转变。这六个转变实际包含了体制和机制、对象和教学类型、教材和教法等三个事关汉语言文化传播全局的层面。简言之，从过去的请进来、对有一定学历的成年人进行面对面教学发展到走出去、对社会上各式样的人进行多种方式的教学，需要全方位的改进和改革。但这种改进和改革不是推陈出新，更不是重开炉灶，而是在原来的基础上进一步将事业做强做大。这就需要同时发挥国内汉语作为第二语言教学与国外汉语作为外语教学两条路线的协同作用，而一旦汉语国际推广两条线的配合缺乏默契，势必会造成大量资源的浪费。汉语国际推广的六个转变并非否定对外汉语教学，而是立足国内扩大外延，将海外汉语学习市场发展起来。但就目前情况来看，国内汉语作为第二语言教学与国外汉语作为外语教学这两条线没有配合好，有各自为政的倾向。不可否认，目的语环境仍然是语言学习的天然土壤。目的语环境下的汉语教学与母语环境下的汉语教学之间肯定有很多可资互相借鉴的东西，因此必须进一步加强两条路线的对比研究。¹¹

文化在汉语国际推广中发挥着至关重要的作用，因为要真正将一种语言推广至世界范围，单纯推广语言是不够的，必须同时将该语言所代表的优秀文化推出去，语言交际能力中的话语能力、社会语言能力甚至是交际策略均与文化有着密不可分的关系，因此文化的推广是汉语国际推广的重要内容。其次，语言教学之培养语言的交际能力实际上是一种跨文化的交际能力，这种交际能力与母语交际能力有着本质的不同，文化因素有时可以成为前者的障碍。因此，汉语学习者在学习汉语的过程中，一般对文化都有着浓厚的兴趣，有些高级水平的学习者甚至会专门学习专业文化知识。既然文化在汉语国际推广中有着这么重要的意义，那么是不是说汉语国际推广就是汉语文化推广呢？语言是一切社会关系的总和，是人类最重要的交际工具；文化则是人类在社会历史发展过程

中所创造的物质财富和精神财富的总和。因此语言和文化有着密切的关系。首先语言是文化的重要组成部分，二者之间具有部分与整体关系，因为二者都是在社会发展过程中形成的，都是出生以后在社会环境中获得的，二者都具有民族性和社会性。语言和文化都不能脱离对方而单独存在。其次，语言是记录文化内容的一套符号体系，因此是文化的载体，因为语言与文化之间具有部分整体关系，因此对于文化来说语言具有双重身份，即语言不但是记录文化的符号体系，同时也是文化的一种特殊形态。

“语言仿佛是民族精神的外在表现：民族的语言即民族的精神，民族的精神即民族的语言”¹² 因此我们也可以说有何种语言便有何种文化。语言是表达工具，同时也是思维的工具。文化的传承常常需要语言特别是书面语言来记载，汉语国际推广之中华文化的跨越时空的传播更是需要借助语言这一工具。因此，语言和文化是一体两面的关系，二者相互依附、促进和制约。要想真正了解一种文化，就必须系统掌握该文化的记录符号系统——语言，而要想地道地习得一种目的语，就必须系统了解该语言背后的文化。

由此我们可以得出这样一种结论：汉语国际推广的终极目标是推广中华文化，特别是中华优秀传统文化，而推广汉语语言则是达成这一终极目标的最终途径。我们也可以这样理解，汉语国际推广的语言推广是第一性的，文化的推广是第二性的，也就是说文化的推广必须建立在语言推广的既有基础之上。有学者认为汉语国际推广教语言多教文化少，其实是没有搞清楚两个方面的关系，一是语言和文化的关系，二是语言教学和文化教学的关系。文化教学是汉语教学的一个重要环节，目前各个学校都设有不同性质不同名目的文化课程，出版的各类文化教材也比较繁多。强调推广语言第一性，并不意味着排斥或轻视文化教学。虽然我们不能承认语言观上的文化决定论，但我们必须看到，汉语教学的本质是一种跨文化的语言教学。汉

语国际推广的对象都生活在国外，几乎从来没有接触过汉语文化圈，因此海外文化教学在整个教学中占有举足轻重的地位。但这并不意味着汉语教师在授课过程中大讲特讲中华文化内容，设想海外孔子学院如果每天都在大讲特讲中华文化，那也就默认了海外媒体强加给汉语国际推广的“文化侵略”。

文化教学必须讲究策略，那就是首先通过语言教学带动文化教学。语言教学中的文化因素是汉语学习者首先接触到的文化内容，如语言系统的各层次的关系和内涵、语言使用的特殊规约。简言之，语言教学中的文化要素主要包括语构文化、语义文化和语用文化三种形态¹³。就汉语来说，语构文化指的是词、短语、句子和篇章的构造所体现出的文化心理和思维方式。例如汉语说“桌子上有一本书”，英语则说“*There is a book on the table.*”；汉语说“2009年11月1日”，英语则说“*1st Dec 2009*”。这两个用例便可以说明汉英两种语言之语构文化的差异，汉语的表达方式体现的思维方式是从整体到部分，而英语的表达方式体现的思维方式则是从部分到整体。语义文化则常常和语言系统的语义系统密切相关，主要指包含在词汇中的特定的社会文化含义，它体现的是汉民族的心理模式和思维方式。例如“梅雨”、“四合院”、“虚岁”等词汇的社会文化含义，东西方文化中的“狗”具有褒贬义色彩等。语用文化是指交际过程中的语用规则和文化规约，语用文化是培养汉语交际能力的重要内容。语用文化主要包括七个方面的内容¹⁴：（1）称呼。中华文化讲究尊卑长幼、亲疏远近，对长辈和上级不能直呼其名，由于官本位思想的存在，对官员常常称“姓+职务”，如“某会计”、“某经理”等。但这种称呼又不能不兼顾时代的变化和发展，例如“同志”、“小姐”等称呼现在的使用范围就比较狭窄了。（2）问候和道别。“出去啊？”、“看书哪？”这种明知故问式的问话其实只是打招呼的一种方式而已。而“请慢走”、“请留步”等则是出于对

客人尊重而采取的道别话语。（3）道谢和道歉。在中华文化中用“谢谢”、“对不起”的概率远远低于西方文化，但这种趋势好像也在渐渐发生变化。（4）敬语与谦词。“您”、“贵姓”、“请教”以及“在下”、“免贵”、“浅见”等都是尊重与谦虚的表现。而随着东西文化的不断交融，“谢谢”在年轻一代群体中已渐成风气。（5）褒奖与辞让。“哪里哪里”、“不敢当”等对他人褒奖的辞让用语都是为了表示谦虚，而非对夸奖者的否定或拒绝。（6）宴请与送礼。接受邀请之前的“不要麻烦了”表示对邀请者的礼貌和尊重，饭菜丰盛时说出的“没有什么菜/没有什么准备”是出于礼貌的谦逊，接受礼物时的先推让后接受、不当面打开礼物、不说如何欢喜而说“太破费了”则传达了对送礼者的尊重之意。（7）隐私与禁忌。年龄、工资、婚姻、子女等在西方可能属于个人隐私的话题，在中国朋友之间有时可以互相交谈。其次，文化教学还可以通过基本国情和文化背景介绍的方式进行。这种形式的文化教学往往需要有专门的教材或课堂教学环节，其本质还是通过语言教学带动文化教学。另外，设置针对专门文化知识的讲座也是文化教学的一种补充方式，例如日本爱知大学孔子学院开设的内容涉及中国各研究领域的《慢慢学起》、《中国语旅行会话》、《时事会话》、《中文翻译》、《看电视学文化》、《新人新事》等汉语讲座就是一种非常成功的文化教学模式。

2. 孔子学院——汉语国际推广的推广模式

《意见》指出，汉语国际推广需要实现从政府行政主导为主向政府推动的市场运作的推广模式的转变。国家汉办主任许琳指出，汉语国际推广不是纯教育，本来汉语就是一个产品，因为语言本身是一个产品，特别在向国际上推广的时候，就更是一个文化产品，强调要以产业来运作，由市场来运作，如果不走这条路，汉语教学绝对没有出路。作为语言推广来说，不搞市场运作是搞不起来的，但是过去步子迈

得还太小，进度有些慢。我们必须注意到，推广模式的转变是基于这样一种客观事实：对外汉语教学 60 年来基本上都是在国内特别是国内高校进行的，全国有 600 多所高校设有专门的对外汉语学院或教学机构来从事这种专门教学，虽然取得了很大的成功，但由于时空等客观条件的限制，并不能满足新世纪国际上日益增长的汉语学习需求。因此将汉语教学从国内推向国外渐渐被提上日程。然而遇到的问题是，如何推向国外？这个问题在新世纪之初曾引起不小的争论。争论的焦点最后停留在“孔子学院”、“海外汉语学院”、“中国语学院”等名称上，在前国务委员陈至立女士的倡导下，经过对外汉语教学界专家的辩论，最后确定以“孔子学院”作为向海外推广汉语的名称。因此，孔子学院是汉语国际推广的一个机构。国家汉办最终确定将“孔子学院”作为推广机构的名称，一方面是出于以孔子为代表的儒家文化是构成中华文化价值体系的核心内容，另一方面则是出于与世界其他各国语言推广机构的比较得出的一个结论。

在国际语言推广方面，国外一些发达国家开展的比较早，如英国、法国、德国以及西班牙等，它们已经有了比较成熟的语言推广机构，积累了比较丰富的经验。而中国建立以孔子学院为形式的国际语言推广机构，只有几年的时间，开展这方面工作尚处于起步和探索阶段。那么，发达国家的语言推广机构是采取什么样的模式？有哪些成功经验？作为中国的语言推广机构孔子学院和国外同类机构相比有什么异同？如何借鉴国外的经验更好地推进孔子学院的建设和发展？问题因比较而显，通过这种横向对比，我们可以找到世界上不同语言推广机构的一些共同点和一些成功的可资借鉴的经验。汉语国际推广要实现软着陆，不能在语言传播过程中在所谓“中国威胁论”问题上授人以柄，换言之，汉语国际推广不能被披上语言文化侵略的外衣。同时汉语国际推广需广泛借鉴世界其他语言文化推广机构（如德国的歌德

学院，西班牙的塞万提斯学院，法国的法语联盟，英国的文化委员会等等）的成功经验，走“国家支持，民间运作”的道路。

我们可以选取一个时间界面，对英国文化委员会（The British Council）、法语联盟（Alliance France）、歌德学院（Goethe Institute）、塞万提斯学院（Institute Cervantes）进行横向对比。下表是对比结果：

世界语言推广机构对比表（数据截至 2008 年底）

机构名称	成立时间	历史(年)	分布国家	性质	目标	海外数量	经费及其来源(年度)
法语联盟	1884	124	138	与外交部有协议的半官方机构	在全世界传播法语，扩大法国的思想和精神影响	1140	约 6 亿美元，政府拨款占 25%
歌德学院	1932	76	76	与外交部有协议的非政府机构	促进海外德语教学，增进与各国的文化交流	128	约 4 亿美元，主要为政府和公共基金投入
英国文化协会	1936	72		隶属外交部的半官方机构	推广对外英语教学，增进外国对英国文化的了解	368 ¹⁵	约 6 亿美元，主要为政府拨款
塞万提斯学院	1991	17	23	隶属外交部的半官方机构	在全球推广西班牙语教学、研究和使用的，宣传西班牙文化	38	约 0.8 亿美元，主要为政府拨款
孔子学院	2004	4	78	隶属国际汉办的非政府机构	增进世界对中国语言文化的了解，促进多元文化发展，构建和谐世界	305 ¹⁶	国家财政投入

与其他四种语言推广机构相比，孔子学院（Confucius Institute）成立时间最短。孔子学院总部设在北京，主要负责世界各地孔子学院的统筹工作，主要包括孔子学院的设置与审批、孔子学院的建设与评估、人员培训、管理、孔子学院的大会组织等工作。孔子学院总部第一届理事会第一次会议通过的《孔子学院章程》指出，“孔子学院致力于适应世界各国（地区）人民对汉语学习的需要，增进世界各国（地区）人民对中国语言文化的了解，加强中国与世界各国教育文化交流合作，发展中国与外国的友好关系，促进世界多元文化发展，构建和谐世界”。孔子学院是“隶属国际汉办的非政府机构”的非营利性教育机构，主要开展所在国特色的汉语教学和推广的业务¹⁷，“（一）开展汉语教学；（二）培训汉语教师，提供汉语教学资源；（三）开展汉语考试和汉语教师资格认证；（四）提供中国教育、文化等信息咨询；（五）开展中外语言文化交流活动。”具体说来可以包括如下几个方面：包括多媒体及网络

在内的汉语教学,举办大、中、小学中文教师培训,实施汉语水平考试和汉语作为外语教学能力认证考试,开设各种类型(企业集团、留华预备、岗前辅导、考前训练等)和技能(翻译、旅游、商务、金融、中医)的汉语课程,开设与国内院校相衔接的中文学教育课程,协助制定汉语教学大纲或汉语教学方案,推广国内教材、推荐国内教师,合作开发当地实用性汉语教材,开展学术活动和中文竞赛,播放中国影视,提供赴华留学咨询,开放图书资料信息查阅服务等。目前国家汉办主要以中外合作方式建设孔子学院,总部与申办方用各自的优势资源按一定的比例对孔子学院进行投资(基本比例为1:1),中方机构主要是国内研究型大学。虽然孔子学院总部具有独立的法人地位,海外孔子学院也具有很大的独立办学空间,但由于国家汉办隶属于教育部等官方机构,国内的研究型大学也大都是国家事业性单位,因此孔子学院是带有官方意味的“非政府机构”。通过对比不难发现,孔子学院与四大国外推广机构体现出一些共同点:

(1) 目标与宗旨相近,即都以推广本国语言文化,都以语言教学为手段推广和传播文化,因此虽以文化推广为目标,但其主要职能却是语言教学。这种定位是由于语言和文化的关系决定的。

(2) 从性质来看,体现出两个特点,一是都是一种非营利性组织,以语言教学为主要职能;二是具有半官方机构,总部或分支机构均受政府部门统筹管理,即政府往往是背后推手,而操作往往在民间——国家支持,民间运作。

(3) 大部分结构均接受政府资助,比例不等。除了政府投资外,其他一些组织或机构的捐款也是一些语言推广机构的资金来源,如德国莱比锡大学孔子学院就得到了银行的赞助。此外有些语言推广机构还通过其自身活动获得资金(主要包括学费、各类考试费、教材费等)。例如英国文化委员会2000—2001年的营利性教育收入有7100万英镑。

(4) 各语言推广机构虽然均声称非官方,但政府往往是背后支持者;语言推广机构的最后实施者则在民间。这一推广模式可以概括为“政府支持,民间运作”。从四大国外语言推广机构的运行模式来看,基本上走的是这个路子。孔子学院作为一种与世界性语言推广机构的类似机构,应该借鉴这一先进经验:在组织层面上进一步下放权力,允许各地分支机构可在总部的授权下根据各地的政治、经济、法律等具体情况灵活组织,保持独立自主地运行方式;适当发展总部直接投资、总部授权特许经营的模式建立孔子学院;在语言培训与学术交流的基础上,进一步发挥孔子学院的文化传播功能;进一步加强与民间的合作,改善资金来源结构;进一步加强与企业及文化产业之间的联系,在“政府支持,民间运作”的大前提下实现立体化推进。

IV. 孔子学院的管理及运营“瓶颈”

2600年前,孔子“乘桴浮于海”的理想一生都未能实现;而2600年后的今天,孔子已开始走向五大洲,其思想和学说开始为世界各国所了解。各国孔子学院的建立,已成为孔子“四海之内皆兄弟”、“和而不同”思想的最佳注解方式。“中国对外文化传播的严重赤字和入超”(赵启正2006)现象终于在世纪之初有了转机的机会,孔子学院渐渐成为世界了解中国的另一扇窗户,成为中国软实力的代名词。Joseph Nye(2004)在其*Soft Power: the Means to Success in World Politics*中将软实力定义为“通过吸引而非强迫或收买的方式来达到自己目的的能力”,并指出有吸引力的文化、在国内外努力实践的政治价值观、具有合法性和道德诚信的国内外政策是软实力的三种主要资源。一般认为,经济和军事是传统的硬实力,除此之外都或多或少地可以归结为软实力。孔子学院正是以有吸引力的文化为主要资源,借助中国综合国力和国际话语权的提升这一契机,顺应

时势将中华文化推向国外。《华尔街日报》2006年9月1日发表的《汉语推广热全球》一文指出：“中国政府的汉语推广战略的高明之处在于：推广教育和语言有助于加深外部世界对国家的了解，是扩大一国影响力的最有效途径。战舰能让别国人民暂时臣服，而让他们理解你的语言却能使大家成为朋友。这个主意真的很高明！”英国《经济学家》杂志评论曾指出：

“孔子学院的意义犹如法语联盟、德国的歌德学院和英国文化协会。”Joseph Nye 于 2006 年 8 月接受新华社记者采访时明确指出：“中国的‘软实力’近年来提升很快，采取提升‘软实力’的政策对中国而言是明智之举。中国在世界各地建立孔子学院，越来越多的外国人学习中国语言和文化，这也是‘软实力’的一种具体体现。”然而，孔子学院在运行过程当中也出现了一些管理方面的问题，这些问题集中体现在六个方面：

(1) 汉语国际推广的经费问题。首先是经费来源不稳定。《孔子学院章程》规定：孔子学院总部对新启动的孔子学院投入一定数额的启动经费，孔子学院的年度项目经费由外方承办单位和中方共同筹措，双方承担比例一般为 1:1 左右；孔子学院不以营利为目的，其收益用于教学活动和改善教学服务条件，其积累用于孔子学院的持续发展。但有些孔子学院配套经费并没有稳定的保障，而学院本身又正处于汉语教学的初创阶段，不可能获得足够的利润来维持孔子学院的日常运行；有的学院则由于仓促上马，连基本的办学条件也达不到起码的要求。另外，孔子学院的建立只是为了推广汉语与中国文化，但是国外一些媒体的负面报道认为，孔子学院是“文化入侵”的一种手段。尤其孔子学院是由政府财政拨款，更容易“授人以柄”，被看成是政府的行为。其次是缺乏财务监管。部分孔子学院正在变成个别院长假公济私的温床。一些外方院长随意给亲友开劳务费，小至生活用品，大到国际机票都能做成冠冕堂皇的项目报销，而无财务人员的监督。

而有些中方院长没有任何财务权力，有时甚至连请学生吃饺子都不能申请到经费。

(2) 孔子学院的身份没有明确界定，这给孔子学院的未来发展带来很多不确定因素。目前的孔子学院还是一个比较松散的教育联合体，主要为国家汉办、中方大学和外方教育机构合作建立。任何一方对另一方都不具有绝对支配权，即任何一方都可以有相当大的自主权决定自己在联合体中要扮演什么样的角色。在这种情况下，中方院长与外方院长的职责和权限就很难明确，派往孔子学院的教师、志愿者等的地位和身份也往往得不到保障。目前派往海外孔子学院任教的主流是大学对外汉语教师，这些教师思想觉悟高、业务素质硬，都能顺利地完成教学任务。但我们的调查显示，有些外派教师的工作量超负荷，被当成免费得到的挣钱工具，有的教师一周要上二十六节课之多，却一分钱超课时费都没有，严重挫伤了教师的积极性。在中国国内早已取消了大锅饭的今天，几乎所有高校都会把教师的收入跟工作量挂钩，而孔院还停留在依靠教师无私奉献精神的阶段，这不仅不能体现公平原则，而且大量的过度劳动阻碍了授课水平，损害了教师的积极性和身体健康。另外，许多中外方院长基本上不必上课，而孔院的事务性工作富有弹性，可多可少，导致没课的闲得无聊，上课的累得半死，任课教师多有不平衡心理，不利于工作开展。

(3) 孔子学院与所在地固有汉语教学结构协调不够。许多申请设立孔子学院的大学都已经具有悠久的汉语教学历史和雄厚的汉语研究基础，孔子学院的建立容易引起这些已有教学机构的情绪对立。如莱比锡孔子学院与莱比锡大学不是隶属关系，莱比锡大学为孔子学院提供办学设备，以及水、电费等；莱比锡大学对莱比锡孔子学院持观望态度，如果孔子学院发展得好，可以考虑吸纳进莱比锡大学。如何处理这些机构与孔子学院的关系，是目前孔子学院面临的比较棘手的问题。

(4) 孔子学院的生源难以保障。由于孔子学院的承办机构一般都具有历史比较悠久、条件比较成熟的汉语教学与研究机构，一般学生都会将这些大学机构作为首选，来接受全日制教育；而孔子学院则不同，很多孔子学院的生源都是社会成人，他们一边工作一边学习，与高校所属全日制学生完全不同，具有较大的不稳定性。

(5) 孔子学院的布局不是很合理，量的发展与质的提高不成正比。据国家汉办官方网站统计（含孔子课堂），目前亚洲有孔子学院 93 所，其中泰国 23 所，韩国和日本各 17 所；欧洲 85 所，其中俄罗斯 13 所，德国 11 所，意大利 9 所；非洲 23 所；大洋洲 10 所，其中澳大利亚 9 所；北美洲 96 所，其中美国 80 所；南美洲 13 所¹⁸。从布局来看旱涝不均，一些国家的孔子学院布局过于密集。从横向对比来看，法语联盟等语言文化推广机构的设置数量与法语世界影响力有一个比较合适的比例，而孔子学院的数量设置则可能与汉语影响力¹⁹的比例失调。

(6) 对孔子学院缺乏一套有效的评估手段。评估是指评估主体对评估客体的价值大小或高低的评价、判断、预测的活动，孔子学院评估的目的是通过评估对孔子学院的运行效果进行评价和判断，并为下一步发展规划的制定提供指导。孔子学院是由国家汉办、国内承办高校、国外机构等三方共同参与建成的语言文化推广的跨国机构，因此孔子学院必须有一套由三方主体共同参与的内部评估体系以及独立的第三方评估，以保证孔子学院的健康运行与发展。对孔子学院评估必须仅仅围绕教授汉语和传播中华文化这一核心目标展开，但不是为了评估而评估，而是通过评估达到解决孔子学院运行过程中可能出现的问题，实现孔子学院的高效运转，发挥其在汉语国际推广中的核心平台作用。

V. 教材编写“瓶颈”

教材是教师和学生课堂互动中需要的重要凭借，与总体设计、课堂教学与语言测试共同构成汉语教学的四大环节。在对外汉语教学的三个全局性问题——教什么、如何教和如何学中，教材在相当程度上解决的是教什么的问题，虽然课堂教学的内容不能完全照搬教材，但试想没有教材的汉语教学几乎是无法进行的。新中国对外汉语教学 60 年来，对外汉语教学一线教师与研究者已经相继编纂出版了 500 多种汉语教材，单从数量上看我们已经摆脱了“教材贫困”的面貌。在短短 60 年的时间里取得如此大的成就是令人欣喜的，但是一个不容否认的事实是对汉语教材的批评之声从教材编写开始就从来没有停止过，“经得起检验的教材寥寥无几”，“国内外对我们现有的教材很不满意”²⁰。教材编写者编写教材之前大都怀着对已有某些教材的不满情绪，但在自己编写教材时却又难以跳出固有的窠臼。虽然“世界上没有完美无缺的教材，也没有一无是处的教材”²¹，但教材评论家们提出的诸多问题确是值得我们去深思。这些问题主要体现在以下几个方面。

1. 编写草率、低水平重复、缺少精品

从质量方面来看，目前教材雷同和粗制滥造现象比较严重，不同教材之间从体例、构思到选文内容没有太大的不同，彼此之间的区别和特色却并不明显，缺乏创意。前世界汉语教学学会会长陆俭明教授曾经尖锐地指出：对外汉语出版取得了一定的成绩，但总体来说还不能满足人们的愿望与要求，中高级教材缺乏，精品教材少，甚至可以说还没有。北京语言大学教授赵金铭也指出，目前的对外汉语教材的通病是内容乏味、练习形式死板，严重缺乏想象力和趣味性。

2. 教材内容严重脱离现实生活实际

语言教学的根本目标在于培养学习者得语言交际能力，即活用目标语言的能力。但从我们目前编写的教材内容来看，枯燥乏味、毫无生气，大都远离目的语现实生活环境。例如在

精读课本中出现了关于熊猫的内容，然后紧接着介绍竹子的生长习性，注重充满专业化的内容太过狭窄，把这种作为纯知识介绍的内容引入教材，教学效果和学习效果可想而知。教材内容不能引导学习者活用目标语言，学习者在学校学习的汉语和真实社会上的汉语不同，当然会造成教学和现实的脱节。其次，练习的形式太过枯燥，大多教材都将练习形式集中于语言结构的学习上，而这种语言结构大都缺乏必要的语境支撑，学习者好不容易记住了某个搭配，但现实生活中却又无所用。另外，为学语言而学语言的倾向还表现在教材内容充满学校气息，而学习者一旦走出校门就会发现所学内容太窄，根本用不到社会实践当中去。

3. 教材的难度比较大

难度适中的教材是建立在科学调查基础之上的，国家汉办制定与颁布的《HSK 词汇与汉字等级大纲》、《汉语水平等级标准与语法等级大纲》、《高等学校外国留学生汉语言专业教学大纲》、《国际汉语教学通用课程大纲》均可以作为教材编写的难度参照。但在具体操作层面上，每课的生词量太大、语言内容枯燥、词语等级设定不科学等造成教材难度太大，课堂教学对教材的把握很难处理，本来是交际性课堂，结果变成了词汇的学习场所，交际性受到严重影响。

4. 教材没有经过仔细打磨，存在所谓硬伤

一部好用的教材从选文到体例，从注释到练习的各个环节都应该经过仔细打磨，打磨完成后还需要经过适用，从而发现存在的问题。但目前的一些教材显然打磨不够，在词汇注释中将“自行车坏了”的“坏”注为“bad”，一些语法点的注释生涩难懂，更谈不上让学生生活用了。在口语教材初稿中甚至出现过这样的对话²²：

白云：旅行家谈不上，不过，我爱旅游倒是真的。中国幅员那么辽阔，历史名城、文化古迹那么多，民族风情那么多姿多彩，它们就像磁石一样吸引着我。

东北的哈尔滨素有“冰城”之称，……往北走，可以骑马奔驰在一望无际的大草原，去领略“天苍苍，野茫茫，风吹草低见牛羊”的北国风光。

是啊，中国幅员辽阔，光陆地面积就有 960 万平方公里。当北国还是千里冰峰、万里雪飘时，南方已经是繁花似锦、一派盛夏景象了。

在口语教材中出现这种内容，即使是高级口语教材也是非常不妥的。读了以后给人的感觉好像在朗诵散文诗，即使汉语母语者在说话时也不会以这种方式来表达，这种材料在口语课上将很难操作。

5. 出版行业一哄而上、急功近利、心态浮躁²³

造成教材问题的另一个较大因素来自出版社。面对国内外汉语需求量的急剧上升，对外汉语教材出版已经成为出版行业的竞争之所。出版社出版发行教材没有经过严格调研，没有对将要出版的教材进行多方面论证，仓促出版，是造成教材粗制滥造的一个重要根源。北京语言大学出版社王弘宇先生指出，现在数十家出版社出版对外汉语教材，而各出版社为在时间上、品种上、数量上挤占教材市场，往往又牺牲编校质量，大大影响了外国学生对我们教材的信任。出版社虽然不断地在推新教材，但是教材策划质量和编写水平却没有实质提高。

上述 5 方面的问题直接造成的后果是对外汉语教材实用性的缺乏，教师用起来不顺手，学生学习起来没有趣，不能发挥教师和学生互动媒介的功能。老的问题还没有解决，汉语教学的国际形式发生了巨大的变化，那就是汉语国际推广的广泛开展需要我们向海外提供大量的汉语教材。试想，现有教材在国内使用都存在这么多问题，如何拿到国外？即使拿到国外，如何使用？因此，如果将现行教材拿出国外，供汉语国际推广机构孔子学院使用，我们又会面临一些新的问题：

6. 教学环境不适合

目前的对外汉语教材基本上都是面对在国

内高校的汉语学习者编写的，课程内容、课时安排、内容容量、教学进度都不能适应孔子学院的教学要求。由于孔子学院的教学对象基本上是社会成人，学习者大多是白天工作晚间学习，因此无论是学习的内容还是学习的容量都不能与国内汉语作为第二语言教学相比，孔子学院的教学需要的是具备短周期、高重复性练习、高实用性、针对性较强的高商务信息、高文化含量、时事性较强的各个层次的汉语教材。

具体来说，当前教材的内容均立足于中国本土环境，就世界范围来看，当前大部分汉语学习者所使用的教材基本上都是国内一线教师为来华外国留学生所编的立足于中国本土的通用教材。这种普遍适用的教材在国内还基本可以满足教学需要，拿到国外使用，教师往往感觉不顺手，学生也颇有意见。也就是说，这些教材一旦走出国门，便发生“橘生淮北”的现象²⁴。

国家汉办教学处宋永波认为一个主要原因是出版社对教材适用对象的定位不准：编写者不太了解国外实际的教学需求，只是根据自己的教学需要而编，缺乏针对性。

7. 国别化教材缺乏

目前的孔子学院分布在世界 110 多个国家和地区，使用比较广泛的教材主要有《新实用汉语课本》、《发展汉语》、《长城汉语》、《快乐汉语》、《新编汉语教程》等，种类很少，各国通用，带有严重的非国别化倾向。由于各个国家的风俗文化往往存在不同程度的差别，因此同一本教材在不同的国家使用常常会碰到不顺手的情况，针对具体国家所编写的本土化教材的缺乏已经成为海外汉语教学的难题之一。与国别化相关的一个问题是教材语种单一，大多将汉语直接对应于英语，多语种教材比较缺乏。

VI. 师资“瓶颈”

截至 2012 年底来华留学生人数超过 30 万

人²⁵，另据不完全统计，目前中国境内专门从事对外汉语教学的专业教师已达 6000 多名，按照这个比例计算，每个教师每年需要教 40 多名留学生，这个任务是相当重的。因此设有对外汉语学院或教学机构的全国 600 多所高校每年都招聘一些兼职教师来承担对外汉语教学任务，被聘用的教师保守数字是 1000 多名。因此，国内汉语作为第二语言教学（对外汉语教学）的师资严重不足。另据初步估计，全球学习汉语的人数已经达到 4000 万，教育部“留学中国计划”更是将 2020 年实现 50 万来华留学生作为近期宏伟目标。按照上述数字统计，可以得出这样一个结论：中国国内 6000 多名专职和兼职对外汉语教师将面对全球 4000 万名汉语需求者²⁶及未来 50 万来华留学生，何去何从？

现在缺对外汉语教师，已经成为业内的普遍共识。据国家汉办官方统计，目前在全球建设的 400 所孔子学院、535 个孔子课堂，任教汉语老师几乎全是从中国国内派出的。例如在美国，“中文教师短缺已经成了制约美国中文教学开展的瓶颈”（《华盛顿观察》），在 2015 年将有 5% 的美国学生学习汉语，届时将至少需要 7000 名中文教师，但现在美国只有 500 至 700 名中文教师，缺口非常大。（美国亚洲协会估计）从一系列统计数字可以看出，随着中国综合实力和国际话语权的迅速提升而形成的持续不断升温的“汉语热”狂潮，国际范围内的汉语需求数量正以前所未有之势迅速增长，以推广汉语言文化为宗旨的汉语国际推广事业正面临前所未有的“教师荒”。

当前一提到汉语国际推广和孔子学院，一般都会将教材和师资列为瓶颈问题，从数量对比关系上看，对外汉语教师确实存在一个比较大的缺口。但我们缺少的不单是教师的数量，而更大程度上缺少的是合格的对外汉语教师的数量。虽然目前已经形成多元化外派格局，但面对海外强大的汉语需求数量，合格师资的缺乏已经成为一个突出的瓶颈。因此师资缺乏不是泛泛的缺乏而是缺乏有很丰富教学经验、了

解国外语言环境的合格的师资。

目前高校专业师资有限输出、中小学教师有效参与、汉语国际教育硕士培养、汉语志愿者外派等多渠道汉语教师输出使得外派师资呈现多元化,但这种多渠道输出也容易造成师资质量良莠不齐,专业化培训的缺乏使得外派师资不能很好适应崭新的教学环境。换言之,目前具有“临时抱佛脚”性质的海外师资队伍很大一部分来自三教九流的“边缘分子”²⁷。另有学者指出,对外汉语并不是简单的汉语+外语,以为只要普通话标准、会说几句外语,就可以胜任对外汉语的工作,那是十分肤浅的²⁸。

“对外汉语”工作要求的人才具有复合型知识架构的实用型人才,要求从业者不仅要扎实掌握与汉语言文字学和对外汉语教学相关的基本理论和教学方法,具备一定的文学文化素养,而且还具备和掌握教育学、心理学等学科的基本理论和技巧,同时还能熟练地使用英语。而目前通过“短平快”方式仓促培训出的汉语教师并不具备这样的素质。因此面对海外汉语教学,对外汉语教师的综合素质还有待进一步提高。据驻美使馆教育处介绍,赴美的首批志愿者教师对美国的文化特别是教育及教学方法了解不多,更为突出的问题是一些中文教师英文不过关,不能到公立中小学任教。

一般认为,一名合格的对外汉语教师至少应该具备如下一些基本素质。

(1)是“教书匠”同时也是“学者”。教书匠具有教书的一些特质和能力,能够通过课堂教学等不同方式引领学生进行语言操练,完成既定的语言教学任务,引导学习者活用目标语言。而“学者”身份则要求汉语教师对汉语的一些基本常识必须了然于胸,在教学过程中面对语言文化方面的问题,能够做到“知而不言”。

(2)应该具备基本的语言学知识、汉语言文字学知识、中国文学和文化知识、外语知识、教育学和心理学知识、跨文化交际知识、语言习得理论与教学法知识、现代教育技术知识等。

(3)要具有语言表达能力(把话说清楚)、课堂组织能力(当好教练)、表演能力(必要时表情身段语音语调)、理解能力(听得懂学生的问題)、科学研究能力(抓住问题的实质)、亲和能力(赢得学生的好感)、现代教育技术应用能力(会用计算机)、应变能力(兵来将挡,水来土掩)。²⁹

(4)国家汉办在征求300多位中外专家意见的基础上,参照国际上最为先进的语言教学标准制定颁布的《国际汉语教师标准》对汉语教师提出了10项标准:汉语知识与技能、外语知识与技能、文化与交际、中外文化比较与跨文化交际、第二语言习得与学习策略、汉语教学法、测试与评估、汉语教学课程/大纲/教材与辅助教材、现代教育技术及运用、教师综合素质。

从上述标准可以看出,一名优秀的对外汉语教师可以说就是一名无所不知的全才,我们的对外汉语教学和汉语国际推广需要的正是这样的教师,然而符合或基本符合这些标准的教师太少了。这些标准也再一次证明:不是会说汉语的人就能从事对外汉语教学,精通汉语的人不一定能够胜任对外汉语教学。值得注意的是,上述条件与标准只能是一个大致的范围,很多时候需要视具体情况而定。例如一名外语教师可以习得各种知识和技能,但在方音方言、口齿口音、言语节奏、表达能力、课堂组织管理能力、个人感召力等方面却是很难改变的。比如有的人天生就是“刻板型”“严肃型”“缺乏耐心型”“声音蚊子型”“组织能力不强型”“讷于言语表达型”等等,这些“秉性”就不大适合当教师,尤其不大适合当外语教师³⁰。

根据《孔子学院章程》,孔子学院是非营利性语言推广机构,其宗旨是增进世界人民对中国语言和文化的了解,发展中国与外国的友好关系,促进世界多元文化发展,为构建和谐世界贡献力量。其主要业务范围有面向社会各界人士,开展汉语教学;培训汉语教师,提供汉语教学资源;开展汉语考试和汉语教师资格

认证业务；提供中国教育、文化、经济及社会等信息咨询；开展当代中国研究和中外教育、文化、经济等交流活动。可以看出，这些业务几乎涵盖了语言和文化的所有方面，而现在的孔子学院教师跟以前汉办外派的汉语教师一样，都是各大学对外汉语教师，也就是说都是教授汉语为专长的。但《章程》的定位要求老师无所不能。现在教师所负担的使命太过沉重和庞杂，甚至在出国前临阵磨枪进行书法、剪纸培训。而到了国外才知道，学生的手要比教师灵活得多，老师剪纸手足无措时，学生已经完成了。其实，孔子学院的教师，并不一定是会民族舞蹈、会书法、能唱一段京剧的全才，而首先是语言教师，应该允许他们从容地、游刃有余地传授语言和文化。此外，汉办要求举办各种活动，有的孔子学院教师只好勉为其难，即使组织了很小的活动，也浓墨重彩地向汉办汇报，其中不乏夸大的成分，汉办随即转发各个孔子学院，放卫星之风遂起。虽然孔子学院的主要任务是教授汉语，但由于它定位不明确，企图建立成全能的学院，导致许多学者误会，比如有些学者就错误地认为孔子学院教语言多而教文化少³¹。

“术业有专攻”，对外汉语教师不可能是语言文化、舞蹈艺术、书法艺术、剪纸艺术、太极武术等的全面手，我们需要的具有扎实的专业理论素质和出色的专业实践能力的对外汉语教师

VII. 教学模式“瓶颈”³²

国外有学者指出，中国国内对外汉语教学的问题在于中国的传统语言教学建立在记忆生字的基础上，会话练习有限，因此即使学生掌握了一些词汇，也不知道如何在不同的场合使用。神经语言学家兰斯·塔尔斯也认为，人类大脑对语言的习惯过程并不是这样的，课程应该强调听和说，尽量少接触课文，局限于课本会令大脑变得迟钝。³³这虽然是针对中国国内对

外汉语教学之方法提出的批评，但对全球范围内的汉语教学却具有普适性。当前大部分外派教师虽然有着比较丰富的教学经验，但对海外外国人学习汉语的特点以及海外的语言环境特点掌握不够，即教学思路或方法不能与本土汉语教学接轨。国内外派汉语教师在海外教学时，使用的仍然是国内的传统教学方法，包括教学思路、教学手段、教学要求，以及对待学生的方法和态度等，常常让外国汉语学习者无法适应。因此汉语国际推广大背景下，我们已有的汉语教学模式受到了新的挑战，在非目的语环境中汉语学习的方法和难度肯定与在目的语环境完全不一样，如果还是坚持使用国内的做法，肯定不能保证教学效果。基于非目的语环境的全面提高学习者的学习兴趣和学习效率、激发学习者的内在学习动机的适合国外汉语教学的国别化教学模式的缺乏，容易造成汉语教学效率低下，久而久之让学习者产生畏难情绪。因此，当前的教学理念和方法已经相对落后，远远不能满足汉语国际推广特别是孔子学院的教学需要。我们将这种理想教学模式的缺失现象称为“教法荒”，而这种“教法”本质上更应该是一种适应非目的语教学环境的教学模式。研究一套适合国外汉语教学的国别化教学模式，全面提高学习者的学习兴趣和学习效率、激发学习者的内在学习动机，改变目前教学方法不适用的现象，已经成为迫在眉睫的问题。

1 教学模式历史嬗变

教学模式是在一定的教学理论和教学思想的指导下，将教学诸要素科学地组成稳固的教学程序，运用恰当的教学策略，在特定的学习环境中，规范教学课程中的种种活动，使学习得以产生³⁴。对教学模式的这个定义是广义的，本课题的研究所指是狭义的教学模式，即教学方法（method）、教学途径或路子（approach）。在语言教学的不同历史阶段，都会伴随出现不同理念的教学方法，从这个角度来说，一部语言教学史就是一部教学方法史。因为不同的历史时期都会产生以不同的语言学、心理学、教

育学、社会学、人类学等理论为支撑或基础的教学法，从某种程度上讲，教学法的历史发展也同时映射了某学科教学史的发展，因为任何一种教学法的诞生都体现了某种教学理念、教学思想以及由此形成的教学程序。

汉语教学特别是海外汉语教学应该采取哪种教学模式或教学方法往往因时因地因人而异，而具体教学中往往又不能只用到一种教学方法。我们认为汉语教学在教学模式上不应局限于一种，而应采取一种实用主义的态度，只要有用就拿来。例如语法翻译法，现在的汉语课堂当然不能完全变成汉外对比的翻译场，但对有些语言结构如果用汉语解释起来颇为费力而用外语比如说英语的一个单词就能够讲清楚的话，可以直接语用这种方法。再如全身反应法，在汉语教学中的某些环节还是大有用武之地，例如对初级班的学生第一次讲“把”字句，这种教学方法就比较有用。值得指出的是，这种运用只是局部的；虽然我们的教学不可能只使用一种教学模式，但坚持以某种教学模式为导向却是可行的。《意见》指出，汉语国际推广应实现“教学方法从纸质教材面授为主向充分利用现代信息技术、多媒体网络教学为主转变”。这就要求我们在现有基础上，研究一些更为实用的适应国外孔子学院教学的教学模式。

2 听说法——北美汉语教学模式

盛行北美的听说教学模式主张先用耳听，后用口说，经过反复口头操练，最终达到自动化掌握语言结构，因为听说在该方法中具有重要作用，故称听说法。听说法的语言学理论基础是结构主义语言学，心理学基础则是行为主义心理学。听说法要求的基本原则是：听说领先，反复操练、形成习惯，坚持句本位，排斥或限制母语，通过对比语言结构确定教学难点，有错必纠。这种方法对于学习者掌握语言结构十分有效，而且在短时间内就能学会一些基本的交际，属于短平快类型。虽然其心理学基础和严重忽视语言内容和交际情境的做法往往遭

受业界的猛烈批评，但这种具有严重实用主义的教学模式即使到今天也还在相当范围内具有成长的土壤。当前，虽然我们也在尝试各种教学模式，但流行北美的主流教学模式依然是听说法。落户北京多年的 PiB（普林斯顿在北京）语言培训项目，清华大学哥伦比亚语言培训项目，北京语言大学—哈佛大学语言培训项目，主流的教学方法均为听说法。

虽然“在对外汉语教学中，不要大讲语法，特别是不要一条一条地大讲语法规则，而要善于点拨，这对一个汉语老师来讲，要求不是低了，而是高了。”³⁵但这并不等于说句法教学不可行，相反这正是句法教学中应该坚持的基本原则。周质平教授（2004）在“新世纪对外汉语教学——海内外的互动与互补”学术演讲讨论会上曾经把汉语教师的教学境界分为三个层次：不知而言、知而言、知而不言，并进一步认为，对教师来说最高的教学境界是“知而不言”。两位先生的看法虽有不同，但却体现了一个共同的原则，那就是在教学中不能大讲特讲语法规则，这种规则要通过“点拨”等方式告诉学生。

以美国为首的北美地区又是汉语教师缺口比较大的地区，因此派往北美的汉语教师应该对这种教学模式深入了解，并掌握其具体的操作过程。听说法所体现的正是这种“句法驱动”的教学模式³⁶，在这种教学模式中，被用来操练的句子不妨称为模范句（model sentence）。进行模范句教学必须贯彻三个原则：（1）反复操练的学习方法，（2）有错可究的纠错原则，（3）一问一答的练习模式，（4）情景与任务的有机结合。这种做法在很大程度上克服了交际法重意义和功能轻句法结构、任务法重任务完成而轻表达得体的缺陷。

3 任务型教学模式

Prabhu 1983 年提出任务型教学法，作为对长期以来以语言结构为中心的教学方法的反动，这种教学法引起了极大的反响。目前这种教学法已经被美国、加拿大、新加坡、香港等

许多国家或地区采用，无独有偶，最近这种教学法又在中国英语教学界引起了很大的波澜，备受关注。《普通高中英语课程标准（实验稿）》（2003）指出，过去的英语教学过分重视语法和词汇知识的讲解，而忽视对学生语言运用能力的培养，因此强调英语课程应该“从学生的学习兴趣、生活经验和认知水平出发，倡导体验、实践、参与、合作与交流的学习方式和任务型的教学途径，发展学生的综合语言运用能力，使语言学习的过程成为学生形成积极的情感态度、主动思维和大胆实践、提高跨文化意识和形成自主学习能力的过程”。该《标准》在第四部分实施建议中又进一步明确指出，“本《标准》以学生‘能做某事’的描述方式设定各级目标要求。教师应该避免单纯传授语言知识的教学方法，尽量采用‘任务型’的教学途径”。新标准对英语课程进行改革的实质就在于要彻底转变传统教学中重知识传授轻语言运用能力的倾向。

然而令人遗憾的是，任务型教学法在对外汉语教学领域所引起的影响或冲击并不是那么明显，所见到的专门讨论任务型对外汉语教学的文章不太多。任务型教学法作为一种新的教学理念，一反传统以语言结构为纲的教学模式，让学习者用语言做事，在用中学，较之传统教学方法更宜于在模拟现实情境中培养学习者的交际能力。具体来说，任务型教学模式对教师的基本要求是：

（1）坚持语言教学的趣味性原则。兴趣是最好的老师。趣味性原则在课堂教学、教材编写等领域都是非常重要的一个原则。如果任务的设置枯燥无味，不能激起学生的学习兴趣 and 积极主动性，那么将很难保证教学的效果，布置的任务也会很难完成。趣味性在某种程度上和实用性有着密切的联系，“内容有趣有用便能‘抓住学生’，特别是让学习者感到内容‘学了有用’，才能使他们产生真正的持久的兴趣”³⁷。例如具有准中级水平的学生往往对问路很感兴趣，因为问路在他们的生活中具有很强的

实用性，教师如果能给学生一幅平面图，让学生通过分组协商讨论找到某个处所，然后以问答的形式汇报讨论结果（也可以让学生以对话的形式把讨论结果写下来），势必会收到事半功倍的效果。对于具有更高水平的学习者，甚至可以让它们通过分组协商画出一幅平面图，然后标出要寻找的目标。

（2）注意交际性与互动性相结合。交际性和互动性原则是由任务型教学法的本质特征决定的，分组合作完成一个语言任务意味着合作者之间的交际性和互动性。“互动性是交际的全部……在对语言教学进行了几十年的研究之后，我们发现互动途径本身是学会交际的最有效方法。互动性指两人或两人以上相互交流思想、情感或想法的活动，其结果是交流的各方从中受益。交际能力理论强调了互动作为人类在不同语言环境中使用语言‘协商’意义的重要性……”³⁸。这种交际式的互动不仅是学生之间的，师生之间也要互动。互动过程中要处理好教师角色和学习者角色之间的关系，要给学生充足的自主性和自由度，教师是组织者同时也是参与者。任务的设置要能保证让每个学生参加进来，因此，设置的任务不能太简单，要注意设置成复合型任务，这样才能保证学生之间的交际性和互动性。

（3）教学中务必引进现实中的真实文本。与传统教学相比，任务型语言教学的优势之一就在于把现实任务引进教学中。在传统教学过程中，学习者往往为操练某一句型或句法结构而操练，没有注意到语境和情景等因素，因此本质上属于没有意义的操练，很容易让学生感到乏味，难以保证教学效果。而任务型教学法则充分考虑情景等因素，让学生完成的任务都是一些真实的文本，学生完成的任务即使不是现实中发生的，但肯定是现实的影子，因此都是真实场景、有意义的操练。这种真实的场景能够让学习者在轻松自然的状态下理解并运用语言，充分发挥真实场景的线索作用。

（4）鼓励学习者创造性使用语言。任务型

语言教学的目标是让学生使用目的语完成一个交际任务，学生在完成任务的过程中会使用到各种各样的语言形式。因此，在设置任务时不能把学生限制在语言形式上，应该给学生表达的自由，允许学生创造性使用语言，让学生在“做中学、在用中学”。另外，创造性使用语言还必须建立在可理解输入的基础上，任务设置者要根据课堂教学的目标向学生明示任务的内容和要求，学生完成任务的过程也是创造性使用语言的过程。同一个思想可以用不同的语言形式表达出来，例如同样是“我不吃羊肉”至少就有三种不同的表达：“我不吃羊肉~羊肉我（可）不吃~我羊肉不吃（吃牛肉）”³⁹。任务型课堂教学中应该鼓励学生灵活地使用目的语的不同形式表达思想，要求大力提倡表达的流畅性，而准确性与得体性则退居其次。由于学习者的注意力在“用语言做事”、用有意义的表达完成任务上，因此在语言表达过程中对语言形式的监控就比较少。学生语言表达过程中没有语言结构规则的强制性制约，不必过于考虑用这个还是那个语言结构或词汇项目，表达的目的只在于能够达到双方思想交流的目的，这种自主性地表达是学习者创造性使用目的语的基本前提。

4 网络教学模式与多媒体课件

教学方法从纸质教材面授为主向充分利用现代信息技术、多媒体网络教学为主转变，意味着汉语国际推广的教学模式渐呈立体化趋势。21世纪是网络化的时代，现代远程网络教育的发展已经深刻影响到第二语言教学，目前国内外已有很多院校已经或正在构建基于网络的语言教学。例如北京师范大学汉语言文化学院就与中国信息大学在对外汉语网络教学方面进行了成功的合作，建成的网络教学平台计划向北美地区输送多媒体汉语教学课件，并逐步向世界范围内推广⁴⁰。另外多媒体课件作为一种独特的表达语言知识与培养语言技能的现代教育手段，也已经越来越融入到对外汉语教学的各个环节当中。

与纸质教材及面授相比，现代网络教学模式具有得天独厚的优势。首先，网络教学突破了纸质教材的时空限制。虽然全球学习汉语人数的不断攀升，但由于种种原因学习的方式也会有很大的差异。比如很多人有自己的工作，可能没有时间专门到汉语课堂学习汉语，甚至连业余时间也没有。随着行业竞争力的加剧，这个群体会越来越大。但网络汉语教学为这些群体搭建了一个有效的平台，他们足不出户就能利用网络了解自己需要的东西，而且随着手机上网功能的实现，网络汉语教学可以随时随地展开。其次，网络教学突破了纸质教材面授之教师单打独斗的局面。纸质教材课堂授课，一名教师面对多名学生，受时间的限制，教学容量很有限。而网络汉语教学一般是联合了多方力量，其授课方式往往是大量经验丰富的汉语教师和科研工作者共同努力的结果，因此网络汉语课堂是一个融汇了众多智慧和经验的课堂，是一个资源充分共享的课堂。第三，网络汉语教学的容量很大。除了基本的授课内容外，网络上可以呈现丰富的文化背景内容，一些教学短篇等视频内容也都可以展示出来，因此能为学生提供一个较传统模式更为生动的课堂。当然，网络汉语课堂的建立不是一朝一夕的事。目前网络孔子学院已经渐渐开展起来，但总体上看层次还比较低。例如提供的视频内容缺乏系统性，大多视频内容都是基于某个功能项目练习的片断，视频教学的模式还是基于传统式的板书，没有将网络教学与多媒体课件教学紧密结合起来。

多媒体技术应用于汉语教学领域在很大程度上源于计算机技术的高度发展，其次语言教学流派的多元化对教学模式的不断革新提出了更高的要求。和传统板书式教学相比，多媒体课件汉语教学具有以下主要优点⁴¹。（1）具有动态性。传统板书式教学往往只需要一支粉笔，而多媒体课件教学往往需要声音、图像、CD等不同的媒体。这种多元化选择能够在最大程度上吸引学生的眼球，增强课堂教学的活

跃气氛。(2)具有互动性。选择适当的媒体形式能够充分调动学习者的主动性和趣味性,这种能动性能够保证师生互动的良性循环,在交际空间中双方自由交流思想和观点。(3)具有直观性。多媒体的图像功能可以虚拟场景画面,如语用场景,而且对于表意文字体系的汉语而言,汉字的笔画、笔顺、部首等都可以通过不同方式展示出来,这些都是纸质教材不能相比的。

因此,汉语课堂教学中一方面要引入汉语网络教学,另一方面要引入多媒体课件教学,并实现二者的有机结合。但我们必须同时把握一个“度”,即纸质教材面授法毕竟有其固有的优点,人机交互毕竟属于模拟教学,因此汉语课堂教学中教师的角色至关重要,选择不选择以及选择哪些内容的网络教学或多媒体课件教学都必须以培养学习者的交际能力为标准,而非生搬硬套,为引入而引入。

VIII. 余言

虽然近年来关键词“汉语热”时时见诸报端,但和英语、西班牙语等强势语言相比,汉语距离全球强势语言尚有很长的一段路要走。例如,虽然目前全球学习汉语的人数已经超过4000万,但这些学习者中至少有70%具有华裔背景⁴²。再如,据欧洲某网站近日公布的研究报告,1979-2008年世界文学作品翻译语言中,90%的作品原著是用英语、法语、德语、俄语、意大利语、西班牙语和瑞典语写成的,汉语并没有出现在这个名单当中。但面对世界渴望了解中国的大好时机,以孔子学院为基地推广汉语言文化确是千载难逢。当前,“孔子学院”已然成为当代中国“走出去”的符号和体现中国“软实力”的最亮品牌。尽管不同人群对此还有种种不同的感触:有人兴奋,认为中国的时代即将到来;有人欣喜,为中国国际地位的提高欢欣鼓舞;有人忧虑,因为与处于强势地位的英语相比,汉语毕竟还处于劣势;也有人着

急,恨不能几年之内就让上亿的外国人会说汉语。不管怎么说,没有人会无动于衷⁴³;尽管汉语走向世界的形势来得快,来得猛,我们在思想上、措施上并没有做好应有的准备⁴⁴;但这个机会无论如何都不能错过,迎接挑战,做好调研,正视问题,对症下药,综合各方,立体推进,就能将这项汉语国际推广不断推向前进。

注释*

- 1 中国人民大学汉语国际推广研究所 2009 年科学研究项目:汉语国际推广的“瓶颈”分析及解决对策。
- 2 中国人民大学副教授,文学博士,世界汉语教学学会会员,中国社会语言学会会员,北京市语言学会会员。
- 3 日本和歌山大学经济学研究科硕士研究生。
- 4 蔡永强:《“汉语国际推广”英译试析》,《辞书研究》2009 年第 4 期。
- 5 数据来源: http://www.chinese.cn/conference/article/2012-12/17/content_477213.htm。
- 6 宁继鸣:《汉语国际推广:关于孔子学院的经济分析与建议》,山东大学 2006 年博士学位论文;许琳:《汉语加快走向世界是件大好事》,《语言文字应用》2006 年第 3 期;许琳:《试论汉语国际推广的形势和任务》,《世界汉语教学》2007 年第 2 期;赵金铭:《从对外汉语教学到汉语国际推广》,中国人民大学对外语言文化学院编《汉语研究与应用》,中国社会科学出版社 2006 年出版;郭熙:《汉语的国际地位与国际传播》,《渤海大学学报》(哲社版)2007 年第 1 期;段奕:《硬实力—软实力理论框架下的语言—文化国际推广与孔子学院》,《复旦教育论坛》2008 年第 6 卷第 2 期;陈永莉:《试论汉语国际推广的文化战略定位》,《北京社会科学》2008 年第 4 期;杨慧林:《关于汉语国际推广机遇期的三点思考》, www.hantui.org, 2008 年。

7 许琳(2007)见注释6; 元华:《汉语国际推广与文化观念的转型》,《北京师范大学学报》2007年第4期; 陈永莉(2008)、杨慧林(2008)均见注释6; 蔡永强(2009)见注释4。

8 赵金铭(2006)见注释6; 高增霞:《简论汉语国际化》,《中国社会科学院研究生院学报》2007年第6期; 高增霞:《汉语国际化与国际推广刍议》,《北京行政学院学报》2007年第6期; 徐丽华:《孔子学院的发展现状、问题及趋势》,《浙江师范大学学报》(社会科学版)2008年第5期。

9 金立鑫:《试论汉语国际推广的国家策略和学科策略》,《华东师范大学学报》(哲社版)2006年第4期; 叶子:《汉语国际推广背景下的教材建设与出版》,《语言文字应用》2006年第2期; 李凌艳:《汉语国际推广背景下海外汉语教学师资问题的分析与思考》,《语言文字应用》2006年第2期; 郑梦娟:《汉语的国际传播:主要问题及其对策》,《江汉大学学报》(人文科学版)2006年第6期; 郑梦娟:《国外语言传播的政策、法律及其措施刍议》,《语言文字应用》2009年第2期; 崔希亮等:《汉语国际传播笔谈》,《云南师范大学学报》(对外汉语教学与研究版)2007年第6期; 贺阳:《汉语学习动机的激发与汉语国际传播》,《语言文字应用》2008年第2期; 郑定欧:《汉语国际推广三题》,《汉语学习》2008年第3期; 张西平:《汉语国际推广中的两个重要问题》,《长江学术》2008年第1期; 王建勤:《汉语国际推广的语言标准建设与竞争策略》,《语言教学与研究》2008年第1期; 赵金铭:《汉语国际传播研究述略》,《浙江师范大学学报》(社会科学版)2008年第5期。

10 陆平舟:《孔子学院的汉语教学模式的探索——以日本爱知大学孔子学院为例》,《南开语言学刊》2007年第2期; 刘立恒:《中外合作创建孔子学院的问题与对策》,《沈阳师范大学学报》(社会科学版)2007年第3期; 徐丽华(2008)见注释8; 张学增:《纽伦堡—埃尔兰根孔子学院基本特点及其面临的主要问题探析》,《云南

师范大学学报》(对外汉语教学与研究版)2008年第1期; 吴瑛:《对孔子学院中国文化传播战略的反思》,《学术论坛》2009年第7期; 钟英华:《非洲孔子学院建设中的几个基本问题》,《云南师范大学学报》(对外汉语教学与研究版)2009年第1期; Gary Sigley & 李佳:《开展海外汉语教学和文化交流的挑战与机遇——以西澳大学孔子学院为个案》,《云南师范大学学报》(对外汉语教学与研究版)2009年第1期; 郭宇路:《孔子学院的发展问题与管理创新》,《学术论坛》2009年第6期; 宛新政:《孔子学院与海外汉语师资的本土化建设》,《云南师范大学学报》(对外汉语教学与研究版)2009年第1期。

11 这种对比研究同样需要专业化的研究队伍,否则可能会引起一些不正确的解读。例如有学者指出,现在的孔子学院可能有一个问题,就是主要是教语言,教文化的比较少。这个原因是师资的问题,我们会受到一种限制,我们跟国外一起合作的孔子学院,派出去的人大概都是外国语大学的学生,他们对中国文化了解的并不是太多,所以就受到了限制。(人民网 2009年09月27日)这种在随便的场合发表的随便的评论容易对汉语国际推广工作形成误导,也容易引起读者费解。众所周知,语言是可以教可以学的,但文化该如何教如何学?即便文化可以教,试问对于连一句中文都不能讲的外国人该如何教?另外,目前外派孔子学院的教师并非“大概都是外国语大学的学生”,据笔者所知,外派孔子学院的教师主力都是高校经验丰富的专职对外汉语教师。

12 参见洪堡特《论人类语言结构的差异及其对人类精神发展的影响》(P.52-P.53),姚小平译,北京:商务印书馆1999年版。

13 陈光磊:《关于对外汉语课中的文化教学问题》,《语言文字应用》1997年第1期。

14 刘珣:《对外汉语教育学引论》,北京:北京语言文化大学出版社2000年版。

15 包括230家分支机构和138家教学中心。

16 包括249所孔子学院和56所孔子课堂。

17 资料来源:www.hanban.org。

- 18 数据来源: www.hanban.edu.cn, 2009 年 10 月。
- 19 现在所说的“汉语热”, 仅仅是相对于过去而言, 并不代表目前汉语已经成为大多数外国人争相学习的语言, 更不代表汉语已经成为世界通用语言了, 现实是由于我们的“软实力”的不足, 其中包括文化对外传播能力不强, 造成“中国对外文化传播的严重赤字和入超”(赵启正 2006)。但这恰恰从另一个侧面表明了汉语国际推广的重要性与迫切性。
- 20 吕必松:《对外汉语教学概论(讲义)(续十七)》,《世界汉语教学》1997 年第 1 期。
- 21 黎天睦:《北京语言学院汉语教材简评》,《现代外语教学法理论与实践》,北京:北京语言学院出版社 1987 年版。
- 22 转引自李泉《对外汉语教学理论思考》,北京:教育科学出版社 2005 年版。
- 23 请参阅刘亚军《文汇报读书周报》(2005 年 3 月 28 日)。
- 24 赵金铭(2008)见注释 9。
- 25 数据来源: 中国教育部网站。
- 26 虽然海外高校中的汉语教学机构也有自己的专职汉语教师, 但数量是非常小的, 对于日益增长的汉语学习者需求来说简直就是杯水车薪。
- 27 周质平:《汉语热的沉思: 在学者与匠人之间》, 崔希亮主编《汉语教学: 海内外的互动与互补》, 北京: 商务印书馆 2007 年版。
- 28 郑承军:《汉语国际推广背景下的对外汉语职业愿景——对预备进入对外汉语职业者的寄语》,《中国大学生就业》2007 年第 9 期。
- 29 崔希亮(2007)见注释 9。
- 30 李泉:《汉语国际教育硕士培养目标与教学理念探讨》,《语言文字应用》2009 年第 3 期。
- 31 汤一介:《汤一介谈孔子学院的问题: 教语言多教文化的比较少》, 2009 年 09 月 25 日人民网—文化频道, <http://culture.people.com.cn/GB/87423/10119370.html>。
- 32 本部分主题内容曾以“中国語教学の三つのスタイル”刊于日本爱知大学一般教育研究室《一般教育论集》2011 年第 40 号, 为照顾全文完整性, 本文择其要选入。
- 33 根据参考消息《汉语误区》, 2009 年 8 月 7 日。
- 34 赵金铭(2006)见注释 6。
- 35 陆俭明:《对外汉语教学中的语法教学》,《语言教学与研究》2000 年第 3 期。
- 36 蔡永强:《句法驱动的汉语口语教学模式探索》,《海外华文教育》2006 年第 4 期。
- 37 李泉:《论对外汉语教材的趣味性》,《中国对外汉语教学学会第七次学术讨论会论文选》,北京:人民教育出版社 2002 年版。
- 38 Brown 1994, 转引自魏永红:《任务型外语教学研究: 认知心理学视角》, 华东师范大学出版社 2004 年版。
- 39 朱德熙:《语法答问》, 北京: 商务印书馆 1985 年版。
- 40 张和声、洪芸:《简论基于互联网的对外汉语教学》,《北京师范大学学报》2001 年第 6 期。
- 41 郑艳群:《汉语多媒体教学课件设计》, 北京: 北京语言大学出版社 2009 年版。
- 42 赵金铭:《〈世界华文教育〉发刊词》,《世界华文教育》2007 年第 1 期(创刊号)。
- 43 崔希亮(2007)见注释 9。
- 44 许琳(2007)见注释 6。